

简述网络经济背景下市场营销策略的转变

郭立喜

(河南经济贸易技师学院,河南 新乡 453000)

摘要:随着互联网技术的不断发展,网络经济时代逐渐到来,新的市场营销模式开始在社会当中广泛流行。人们可以通过互联网展开销售,进行商务营销渠道的拓展。因此在网络经济背景下,我们应当利用网络和信息技术的优势来进行市场营销,拓展商务营销的渠道和空间,找出当前市场营销现状当中存在的问题加以解决,使市场营销模式在网络经济背景下发挥出更大的价值和作用。

关键词:网络经济;市场营销;策略

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2020.28.118

1 引言

在前社会背景之下,网络技术取得了巨大的进步和发展,网络经济应运而生,人们的生活和消费观念都发生了转变,传统的市场营销模式已经无法满足人们的消费需求。当今社会在物质领域极大充裕,供过于求,消费者在购买行为当中拥有更大的选择余地,形成了网络经济时代之下的买方市场。在这种社会背景之下,市场营销工作人员必须要找寻全新的发展之路,结合网络经济的大概背景,对产品加以包装和宣传,吸引消费者的注意力,拓宽销路,优化市场营销工作的开展方式。本文围绕着网络经济背景下市场营销策略的转变展开论述,希望能为市场营销行业的发展提供一些参考和建议。

2 网络经济背景下市场营销策略转变的必要性

在网络经济的背景之下,对于市场营销策略进行转变能够促使交易方式呈现出多元化的特征,让电子支付代替传统的市场营销渠道,使商品流通更加的便捷。例如支付宝支付和微信支付已经渗透到了人们的日常消费生活当中。随着互联网科技的不断发展,市场营销开始由线下转移到了线上,电子商务营销随着产生,方便了人们的消费购物行为,线下销售受到了一定的挑战,这一方面提示我们必须要将市场营销和网络技术结合起来,另外一方面也促使我们要注重网络经济背景之下市场营销模式的多元化发展^[1]。除此之外,网络经济背景下市场营销方式的转变也是企业人才培养和自身可持续发展的需求。在新的经济形式驱动之下,我国的各大销售企业都必须转变人才的培养模式,结合先进的网络技术开展人才的培训工作,使企业的销售人员不断的学习新技术和新的销售手段,结合大数据分析技术,敏锐及时的捕捉到市场信息,使得销售人员不断提升自身的业务水平和业务能力,也能够使企业自身融入网络经济发展的时代大势当中,积极转变市场营销的策略,提高业务经营水准,打造网络经济背景之下的市场营销新型工作体系,增加企业的核心竞争力,使市场营销企业能够朝着可持续的方向健康发展。

3 网络经济背景下市场营销策略的转变

(1)改变传统的市场营销理念。首先,市场营销工作应当从思想方面着手,解决以往存在于市场营销当中存在的问题,避免盲目跟风的情况出现,也要打破传统营销模式的限制,合理的分配市场营销的资源,更新行业信息储备,掌握全面的市场发展动态,及时更新产品信息,实现全面现代化的市场营销工作新模式和新体系^[2]。当前我国社会经济已经进入到发展的全新阶段,市场营销工作也应当与时俱进,将市场营销的工作模式进行全新的调整,变被动为主动,制定出全新的市场营销工作模式,转换营销思想,使用大数据等数据分析优势,找准自身企业的核心定位,企业管理人员应当注重培养员工的创新意识和创新能力,激励员工通过市场营销工作不断积累经验,想出新的点子。

(2)重视新型营销技术的使用。网络经济是以网络设备和网络技术为支撑的,因此在现代市场营销工作当中应当格外重视对于新型工作技术的使用,积极使用计算机设备来进行营销数据的分析,在企业内部设置独立的市场营销部门,对于工作人员进行专业化的

培训,对于市场经济数据进行加速调整,帮助自身的产品打入市场,占据一定的市场地位和份额,通过产品的宣传,让广大消费者加深对产品的了解,树立良好的企业形象,增加产品知名度,开拓市场营销的空间,打造其自身的产品优势,让网络经济背景之下的先进网络技术能够被自己所用,对于网络平台上用户的购买数据进行整理,分析出用户的购买喜好,结合大数据进行精准的信息推送,开拓营销市场,加强产品宣传,塑造品牌优势,满足不同类型的消费者的购买需求,使市场营销在网络经济的形式之下站稳脚跟。

(3)进行价格创新。在网络经济时代,市场营销不仅仅要做到质量过关、销量达标,还要在价格上打造出优势,把握供求关系的商品经济规律,对于营销产品的成本、销售渠道、需求量等多方面的因素加以考量,使营销的产品一方面符合消费者对于质量的预期,另一方面也要符合大多数消费者的购买能力^[3]。如果产品的定价超出了消费者的购买承受力,那么再高超的消费技巧也无法引起消费者的购买欲望。总体来说,网络经济背景之下的市场营销必须要注重物美价廉,虽然商品的价格随着价值上下波动,但是消费者因素始终是决定商品实际销售量的最大影响因素,通过对网络经济时代之下的新型技术的使用,市场营销工作可以通过网络技术对于往期的价格水平进行监视,分析价格数据和销售量之间的关系,找到消费者的价格心理预期。

(4)加强产品宣传。产品是营销的基础,也是销售企业的一种无形资产,因此产品本身对于企业的发展来说具有至关重要的意义,对于产品的价格和销售渠道进行严格的把控,有利于企业在网络营销的背景之下发挥出自身产品的优势,抢占市场先机。因此,市场营销工作应当特别重视产品的作用,重视对于产品的宣传工作,提高产品的知名度,围绕着产品的性能、优势、作用等方面展开宣传,让广大消费者群体对于销售的产品有更深入的了解,打响自身品牌,形成品牌效应,增强用户对于产品的信任度和依赖感,对于客户的实际需求做出数据化的分析,针对不同的消费群体制定不同的营销策略。

4 结束语

综上所述,在网络经济的背景下,市场营销应当转变自身发展的策略,改变传统的市场营销理念,重视新型营销技术的使用,进行价格创新,加强产品宣传,全面提高新时代市场营销的质量。

参考文献

- [1]章晓菲.试论网络经济背景下市场营销策略的转变[J].商场现代化,2020(13):60-62.
- [2]王爱龄.基于网络经济时代下市场营销策略的转变研究[J].财富时代,2020(06):64.
- [3]吕航.网络经济背景下市场营销创新策略分析[J].财富时代,2020(06):144.

作者简介:郭立喜(1983,11-),男,汉族,河南省新乡市辉县市人,毕业于兰州商学院硕士,现河南经济贸易技师学院助理讲师,研究方向:市场营销。